

# KULTUR



**Setzt privat auf Fotokunst**  
*Die alte Welt lässt der  
neue Christie's-Chef  
Guillaume Cerutti  
am liebsten hinter sich*

# „Ich will keine Namen nennen“

## CHRISTIE'S

■ Guillaume Cerutti, der neue Chef des Londoner Auktionshauses, über kaufwütige Asiaten, junge Onlinebieter – und seine privaten Vorlieben.

**G**uillaume Cerutti, 51, hat mal wieder keine Zeit, klar, die Termine reihen und verschieben sich, mal wieder, deshalb muss ich auf unser Treffen in der Londoner King Street eine Dreiviertelstunde warten. Wofür sich der Chef des Auktionshauses Christie's mit ausgesuchter Höflichkeit entschuldigt. Seit der hochgewachsene Franzose im Januar die Leitung des Traditionshauses übernommen hat, scheint kein Stein mehr auf dem anderen zu bleiben. Cerutti will den kleineren Londoner Christie's-Ableger im Stadtteil South Kensington nach 40 Jahren schließen, 250 der rund 2200 Jobs abbauen und lässt am Standort Amsterdam nur noch zwei statt bisher sechs Auktionen im Jahr über die Bühne gehen. „Wir passen uns an, denn die Verhältnisse haben sich geändert, vor allem in Europa“, sagt er lakonisch. Inzwischen hat Christie's auch die Londoner Juni-Auktion mit hochpreisiger Nachkriegs- und Gegenwartskunst abgesagt; die Moderne soll dort künftig nur noch im März und Oktober versteigert werden.

Christie's, so Cerutti in seinem ersten Interview überhaupt, fokussiert sich künftig verstärkt auf Asien, die USA und Onlineauktionen. Und gehört damit den drei großen Trends im globalen Kunstmarkt: neue Geografie, neuer Geschmack, neue Technologie. Da ist zunächst die große Marktverlagerung: „Vor zehn Jahren machten die asiati-

schen Käufer nur einen kleinen Anteil aus“, sagt Cerutti, „heute sind es bis zu 35 Prozent. Deshalb werden wir weiter in Asien investieren.“ Nach den Büros in Hongkong und Shanghai eröffnete Christie's zuletzt 2016 eine Niederlassung in Peking.

Expandiert wird aber auch an der Westküste Amerikas, etwa mit einer neuen Dependence in Beverly Hills – immerhin kommen 39 Prozent der Neukunden aus den USA. Und auch Deutschland bleibt ein wichtiger Umschlagplatz: In Frankfurt wird im Mai eine neue Repräsentanz eröffnen, geleitet von der Enkelin des deutschen Malers Franz Radziwill, Natalie. In den vergangenen fünf Jahren erzielten Werke zeitgenössischer deutscher Maler wie Gerhard Richter, Sigmar Polke, Georg Baselitz oder Anselm Kiefer Rekordpreise. In Deutschland und in der Schweiz gibt es wichtige Sammler. Doch eines stellt Cerutti klar: „In Europa gibt es mehr Verkäufer als Käufer. In Asien ist es umgekehrt.“

Und die asiatischen Käufer entwickeln zunehmend Appetit auf die europäische Kunst der Moderne. Bei Christie's entfallen inzwischen rund zwei Drittel des Geschäfts auf Werke aus dem 20. und 21. Jahrhundert,

**„Die Realität ist: In Europa gibt es mehr Verkäufer als Käufer. In Asien ist es umgekehrt“**

**Guillaume Cerutti,**  
Chef des Londoner Auktionshauses Christie's

während andere Sektoren einen drastischen Rückgang erleben. Früher spekulierten Sammler aus Asien vor allem auf Zeitgenössisches ihrer Landsleute – Werke, die niedrige Preise und hohe Wertsteigerungen versprochen. Inzwischen bevorzugten sie Markenware aus dem Westen. Ein gutes Beispiel dafür ist der Verkauf von Modiglianis *Nu couché* an den Milliardär und Extaxifahrer Liu Yiqian. Er hat den famosen Akt 2015 für 170,4 Millionen Dollar für sein Museum in Shanghai ersteigert.

Aber in Asien sind nicht nur die raren Blue Chips gefragt, sondern auch Klassisches aus der zweiten Reihe. Im Januar etwa schickte Christie's einige Bilder des Architekten Le Corbusier nach Asien, um sie potenziellen Käufern vorzuführen. Solche „Reiseausstellungen“ in Hongkong, Shanghai, Peking und Tokio sowie der direkte Kontakt von Kunstexperten mit den neuen Sammlern werden immer wichtiger, so Cerutti, zumal auch die privaten Verkäufe in der Region an Bedeutung gewinnen. Gleichwohl: Die großen Abendauktionen, stellt der Chef des Traditionshauses klar, „bleiben bis auf Weiteres in London und New York“.

## Das Quasiduopol im Kunstmarktgeschäft

Alle Zeichen stehen also auf Boom im Kunstmarkt – wieder einmal? Was die wachsende Anzahl kaufkräftiger Kunden anbetrifft, mag das sein. Etwas ganz anderes sind die Beschaffung hochwertiger Nachschubs und Geschäftsergebnisse. Christie's, das führende Kunsthandelsunternehmen weltweit, 1766 von James Christie gegründet, heute im Besitz des französischen Unternehmers und Kunstmäzens François Pinault, dominiert zusammen mit dem Konkurrenten Sotheby's als Quasiduopol das Kunstgeschäft im Höchstpreissegment.

Und doch schrumpfte im Jubiläumsjahr 2016 der Absatz um 16 Prozent auf vier Milliarden Pfund. Cerutti hofft, nur eine kleine Delle, nichts weiter. Potenzielle Einlieferer seien mit Blick auf die weltpolitische Lage verunsichert gewesen. Schon aber wende sich das Blatt erneut. Der Markt, angetrieben vom Kaufinteresse neuer Sammler, belebe sich. Starke Auktionen in London für Impressionisten und Gegenwartskunst, Rekordverkäufe bei der Asia Week New York und positive Signale im Vorfeld der großen Mai-Auktionen in New York: „Die Lage ist im Moment dramatisch anders als 2016.“

Der Frage allerdings, ob Christie's die Erholung mit Garantien für Einlieferer künstlich erzeuge, weicht Cerutti aus: „2016 war es deutlich weniger als 2015 ... Im Februar war es nur eine Handvoll ... Im Moment kann ich



# Branchentreffen der Rückständigkeit

■ **Klatschspalte** Die Hannover Messe. Kein Schaufenster unternehmerischer Leistungsfähigkeit, sondern reine Geldverschwendung. Ein Abgesang.

**Irgendwie habe ich ein zwiespältiges Verhältnis zu Messen.** Für mich sind diese Events nichts anderes als Treffen schlecht angezogener Verkäufer und Vertreter, die sich tagsüber in eine riesige Halle einschließen, mit Visitenkarten bewerfen und abends im Drei-Sterne-Hotel dann billige Pornos gucken, die sie am Morgen der Abreise an der Rezeption geflissentlich verschweigen wollen. Messen gibt es immer und für alles. Es gibt Spielzeugmessen, Möbelmessen, Erotikmessen und Buchmessen, es gibt Musikmessen und Lebensmittelmessen. Es gibt sogar Esoterikmessen. Es gibt große und kleine Messen, wichtige und unwichtige. Aber manchmal gibt es auch Messen, die mehr sind als nur ein Stelldichein der Hersteller und Produktvermarkter.

Die Mutter aller Messen ist die seit 1947 stattfindende Hannover Messe. Sie ist die weltweit bedeutendste Industriemesse und findet auf dem größten Messegelände der Welt statt. Fast 200 000 Menschen besuchten allein im vergangenen Jahr die vier Tage lang dauernde Messe mit Ausstellern aus 74 Ländern. Selbst die Politik gibt sich die Ehre. Die Kanzlerin hält eine kluge Rede zur Bedeutung der deutschen Exportwirtschaft, und Lobbyisten, Unternehmer und

Vorstandsvorsitzende nicken wohlwollend aus der ersten Reihe (manche auch ein). Man versichert sich gegenseitig der großen Bedeutung, die das Zusammenspiel von Politik und Wirtschaft hat, und anschließend verliert man sich wieder aus den Augen.

Letztendlich ist eine Messe nichts anderes als reines Socializing for nothing. Es gehört zum Image einer Company, sich adäquat auf einer Messe zu präsentieren; eine glaubwürdige Aussicht auf Umsatzsteigerung ist damit nicht verbunden.

Messen sind Branchentreffen von Leuten, die es sich leisten können, für nichts Geld auszugeben, um am Ende nicht so dazustehen, als hätte man sich sein Ansehen nichts kosten lassen.

In Wirklichkeit tauscht man sich heute nicht am Messestand über die Neuheiten der Branche aus, sondern im Internet, in Meetings oder auf Bildungsreisen. Das Business hinkt so in gewisser Weise seiner eigenen technischen Entwicklung hinterher. Und das für teures Geld. Würde man beispielsweise allein die Kosten der Hannover Messe als Investitionszuschuss für ambitionierte Unternehmen verwenden, so hätte man einen weitaus größeren Mehrwert als das gängige Herumgeprotze mit der eigenen Idee von Wachstum und Innovation. Deshalb sind die meisten wichtigen Unternehmen auch mittlerweile gar nicht mehr ernsthaft auf Messen zu finden, sondern lassen sich nur noch durch kärgliche Standdummies vertreten.

Die Einzigen, die davon profitieren, dass dieser institutionalisierte Irrsinn, bei dem Aufwand und Ertrag in keinem Verhältnis mehr zueinander stehen, stattfindet, sind die Messebetreiber – und die Hotels in der unmittelbaren Umgebung der Städte, in denen die Messen stattfinden.

Und so hat sich dieser eigentliche Nebenaspekt zum Hauptzweig einer ursprünglich gar nicht so schlechten Idee entwickelt. Ohne Messen wären zwar viele Hotels um zahlreiche Übernachtungen ärmer und wir nicht unbedingt auf dem letzten Stand unternehmerischer Entwicklungen. Vor allem aber hätten wir eine Menge Aufwand und Zeit gespart, die wir an anderer Stelle besser gebrauchen könnten. Zum Beispiel auf einem Betriebsausflug? ■



**Serdar Somuncu**  
Kabarettist und Buchautor

noch nicht sagen, wie es in New York aussehen wird ...“ Dabei weiß man, dass das Auktionsgeschäft durch Garantien – die Zusage einer Mindestsumme, oft durch dritte Parteien finanziert – abgesichert wird: Das Auktionshaus riskiert einen Verlust, wenn sich das Los nicht verkauft. Oder aber seine Marge sinkt, weil externe Garanten am Auktionsgewinn mitverdienen. Angeblich sollen dieses Jahr bei den Londoner Versteigerungen von Sotheby's 15 und von Christie's 10 Lose garantiert worden sein. Im „Art Market 2017“-Report heißt es sogar, dass immer noch die Hälfte der Lose mit Garantien ausgestattet sei.

Künftige Gewinne erhofft sich Cerutti von der Digitalisierung des Kunstmarktes: „Das Internet ist ein fantastischer Kanal, um neue Käufer zu rekrutieren und Objekte von relativ niedrigem Wert zu verkaufen.“ Vor allem jüngere Interessenten fänden übers Netz leicht Zugang zu Auktionen. 2016 verdoppelte sich die Zahl der reinen Onlineauktionen bei Christie's auf 118; ein Drittel der Neukunden kommt übers Internet. Bisher machen die Onlineumsätze gerade mal ein Prozent des Gesamtgeschäftes aus, aber Cerutti beobachtet, dass die „Kunden zunehmend bereit sind, auch höherwertige Ware im Internet zu kaufen“. Hinzu kommt, dass die Kunden vermehrt mit Kunstwerken auch deren Geschichte einkaufen wollten: die Geschichte des Kunstwerkes selbst und auch die seiner Vorbesitzer. Der Wissensvermittlung und Kunsterziehung komme daher eine ganz neue Bedeutung zu, sagt Cerutti.

## Foto und Design – die Vorlieben des Chefs

Und wie sieht es mit seinen eigenen Vorlieben aus? Cerutti hat eine beeindruckende Karriere in der Kunstwelt hingelegt. Er war bereits mit 30 Jahren Geschäftsführer des Pariser Centre Pompidou, wechselte 2007 als Geschäftsführer Frankreich zu Sotheby's, stieg zum stellvertretenden Chairman in Europa auf und wechselte 2016 zu Christie's, wo man ihn kurz darauf ganz nach oben beförderte. Guillaume Cerutti befasst sich seit einem Vierteljahrhundert beruflich mit Kunst. Doch wenn es um seine private Sammlerleidenschaft geht, wird er schmalplippig. Was hängt bei ihm zu Hause an der Wand? „Ich will keine Namen nennen.“ Er kaufe Fotokunst, so viel immerhin lässt er sich dann doch noch entlocken, und er schätze den dänischen Möbeldesigner Verner Panton. Foto und Design? Wenn das mal keine Trendsignale sind. ■

yvonne esterházy | London, kultur@wiwo.de